

PERANAN *GUEST HISTORY* SEBAGAI MEDIA PROMOSI GUNA MENUNJANG PENJUALAN

**(STUDI DESKRIPTIF TENTANG PENGGUNAAN PROGRAM GH SEBAGAI
MEDIA PROMOSI DALAM MENUNJANG PENJUALAN DI HOTEL
MAJAPAHIT MANDARIN ORIENTAL SURABAYA)**

TUGAS AKHIR



OLEH :

M. Ratna Ipsi Irianingsih

NIM : 079810443-S

**PROGRAM STUDI D-III PARIWISATA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
S U R A B A Y A**

Semester Gasal Tahun 2001/2002

SETUJU UNTUK DIUJIKAN
SURABAYA, 14 DESEMBER 2001



HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini telah dipertahankan dihadapan panitia penguji.

Pada Tanggal, 23 Januari 2002.

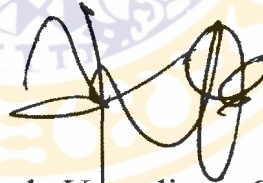
Panitia Penguji terdiri dari:

Penguji I:



Sri Endah N. S. Sos
NIP. 132 208 715

Penguji II:



Andy Umardiono, S. Sos
NIP. 132 230 985

ABSTRAK

Perkembangan pariwisata akhir-akhir ini berjalan sangat cepat. Bagi para pelaku pasar bisnis perhotelan berlomba-lomba meningkatkan tingkat pelayanan dan tingkat hunian mereka, dan berlomba-lomba dalam persaingan yang ketat untuk menjadi yang terbaik di dalam bisnis perhotelan, untuk itu manajemen memerlukan suatu program khusus yang mencakup seluruh informasi tentang tamu, yang menjadi faktor utama para pemasar atau manajemen dalam menentukan produk yang mereka inginkan di tengah pasar yang semakin panas oleh tingkat persaingan yang terjadi di dalam dunia bisnis perhotelan.

Permasalahan yang diambil oleh penulis Peranan *Guest History* sebagai media promosi guna menunjang penjualan. Perumusan masalahnya adalah bagaimana *Guest History* digunakan sebagai media promosi guna menunjang penjualan dan bagaimana tanggapan konsumen terhadap penggunaan *Guest History* itu sendiri. Dalam penulisan ini penulis menggunakan metodologi penelitian yang bersifat kualitatif yang bertipe deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan ada tiga jenis yaitu observasi (pengamatan) yaitu penelitian yang dilakukan dengan terjun langsung secara terbuka yang diketahui oleh publik, yang kedua adalah wawancara yaitu percakapan antara penulis dan informan dengan maksud tertentu, wawancara yang dilakukan bersifat tak berstruktur yang terbuka dengan kata lain sewaktu-waktu informasi yang diberikan oleh informan dapat berubah seiring dengan perubahan yang terjadi, dan yang terakhir adalah pengambilan data melalui dokumentasi. Teknik analisa data yang digunakan adalah teknik analisa data kualitatif.

Guest History digunakan oleh pihak marketing sebagai data yang utama dalam menentukan faktor yang kompleks, baik itu dalam menganalisa pasar, menetapkan target pasar, dan akhirnya dapat menentukan strategi solusi yang tepat, sedangkan tanggapan tamu tidak terlepas pula, sebagian tamu ada yang setuju dengan adanya program tersebut namun ada pula yang tidak setuju dengan hal itu dengan berbagai alasan yang mengatakan bahwa kehidupan pribadi mereka bukan urusan publik umum dan tidak perlu untuk menjadi urusan publik.